

Είναι εφικτό να σχεδιάσετε τη στρατηγική σας σε τέτοιες δύσκολες οικονομικές συγκυρίες; Ο David Gibson, της εταιρείας επισιτιστικών συμβούλων GBI, δίνει θετική απάντηση και προτείνει κατάλληλους τρόπους για να κάνετε τη διαφορά.



ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ & ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΘΑΡΡΟΥΣ



Η στρατηγική που ακολουθεί κάθε επιχείρηση, αποτελεί ένα από τα βασικά της επιτυχημένης ή μη πορείας της. Αν ριζετε, όμως, μια ματιά σε business plans καταξιωμένων brands στο χώρο, θα δείτε πως δηλώσεις του τύπου "επιθυμούμε να ανοίξουμε τον χ αριθμό καταστημάτων και να προωθήσουμε τα καλύτερα προϊόντα στην αγορά, κερδίζοντας χρήματα", συνήθως δεν αποδίδουν. Κι αυτό οφείλεται στο ότι η εκάστοτε στρατηγική δεν συνοδεύ-

Κείμενο **Αλεξάνδρα Παπαδημητρίου**

εται από έμπειρη ομάδα ανθρώπων ή στο ότι πολλές φορές δεν βασίζεται σε ρεαλιστικά δεδομένα. Για να διαχειριστείτε αποτελεσματικά το project της στρατηγικής σας -ακόμη και σε αυτούς τους χαλεπούς καιρούς- κάντε τις σχεδιασμένες από την GBI ασκήσεις οι οποίες έχουν δώσει σε επώνυμες επιχειρήσεις τη δυνατότητα να ανακαλύψουν καινοτόμες ιδέες μέσω της διαδικασίας του brainstorming, που αποτέλεσαν τη βάση για επικοινωνητική σκέψη και ανάπτυξη.

Ευζητήστε τις αδυναμίες σας

01

Το να αναγνωρίζει κανείς τα δυνατό και τα αδύναμα σημεία του, είναι ένας καλός τρόπος για να κερδίσει τους συνεργάτες του. Πόσο μάλλον όταν μιλάμε για τα ανώτερα στελέχη

της επιχείρησής που με τη σειρά τους μπορούν να κάνουν την αυτοκριτική τους και να αντιμετωπίσουν με νηφαλιότητα τους υπαλλήλους τους, για το λόγο αυτό, ερωτήσεις όπως οι ακόλουθες κρινονται απαραίτητες για brainstorming.

- Ποια είναι τα πλεονεκτήματα της εταιρείας;
- Τι κάνατε σωστά;
- Τι θα μπορούσα να βελτιώσω;
- Ποια εμπόδια αντιμετωπίζει η επιχείρησή;
- Τι μεθόδους ακολουθούν οι ανταγωνιστές;
- Υπάρχουν οι απαραίτητες προδιαγραφές για την προώθηση της δουλειάς σας;
- Ποιες πιστεύετε πως είναι οι αωστές ευκαιρίες ανάπτυξης;
- Ποιες είναι οι πιο ενδιαφερόμενες τάσεις στην αγορά όπως τις βλέπετε εσείς;



Δείτε το μέλλον

02

Ήρθε η ώρα των επενδύσεων! Να πείτε στους συνεργάτες σας να προβούν σε μια υποθετική επένδυση π.χ. 2 εκ. ευρώ στην επιχείρησή, δίνοντάς τους την ελευθερία να επενδύσουν σε υπάρχοντες ή μη τομείς της. Σκοπός της συγκεκριμένης άσκησης είναι αφενός να σκεφτούν οι συμμετέχοντες ποια είναι τα κομμάτια εκείνα της επιχείρησής που αξίζουν την επένδυση ή όχι. Και αφετέρου να πάρετε πολλές και χρήσιμες ιδέες.

Γυάλινη σφαίρα: Προχωρώντας στο επόμενο στάδιο, παρακινήστε τους συμμετέχοντες να γράψουν μια «έκθεση ιδεών», όπως κάναμε μικροί. Μόνο που εδώ δεν θα γράφουν «τι θέλουν να γίνουν όταν μεγαλώσουν», αλλά θα αναλύουν πώς φαντάζονται την επιχείρησή στην οποία εργάζονται ύστερα από πέντε χρόνια.

Θέλετε να τους ιντριγκάρετε περισσότερο; Κάντε την αρχή γράφοντας ένα άρθρο με τίτλο και εισαγωγική παράγραφο για μια εφημερίδα, που θα θέλατε να δείτε στο μέλλον, όπως για παράδειγμα "ο x όμιλος αγοράζει την ψ εταιρεία για 3 εκ. ευρώ: πώς αλλάζει ο χάρτης της αγοράς".

Τι σας διαφοροποιεί από τον ανταγωνισμό;

03

Τα ανταγωνιστικά σας γνωρίσματα: Μην φοβηθείτε να προβάλσετε τα στοιχεία της επιχείρησής σας, και ιδιαίτερα εκείνα που υπερτερούν κατά πολύ των άλλων, και την τοποθετούν αυτόματα σε θέση υπεροχής. Δώστε έμφαση στον δεξιότεχνον στο latte art /βαθρευμένο σε πανελλήνια ή παγκόσμια πρωταθλήματα barista σας ή/και το location του μαγαζιού σας.

Ρίξτε μια ματιά και στον ανταγωνισμό: Αξιοποιήστε τα συμπεράσματα που βγάλατε από την πρώτη άσκηση και

με τη βοήθειά τους προσδιορίστε με ακρίβεια τα στοιχεία στα οποία υπερτερεί ο ανταγωνιστής σας. Κάντε τη σύγκριση και καταλήξτε σε όλα εκείνα που θέλετε εν τέλει να πετύχετε π.χ. μέσα στα επόμενα πέντε χρόνια και μέσα από επενδύσεις.

Σε π διαφοροποιείται η επιχείρησή σας: Αναρωθήστε όλους τους τρώπους που μπορούν να θέσουν την επιχείρησή σας σε ένα άλλο επίπεδο οπτικής και προσοχής. Η οποία εξέλιξη σφειλεί να εξασφαλίζει τη βιωσιμότητά της αλλά και να βάζει τις βάσεις για τη μοναδικότητά της.

ΚΑΙ ΜΗΝ ΞΕΧΝΑΤΕ ΝΑ ΠΟΡΕΥΕΤΕ ΠΑΝΤΑ ΜΕ ΤΟ ΓΝΩΣΤΟ "ΠΑΝ ΜΕΤΡΟΝ ΑΡΙΣΤΟΝ". ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΥΤΗ ΤΟ ΡΗΤΟ ΜΕΤΑΦΡΑΖΕΤΑΙ ΣΕ: "ΟΣΟ ΛΙΓΟΤΕΡΕΣ ΔΙΟΡΘΩΤΙΚΕΣ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΓΙΝΟΥΝ, ΤΟΣΟ ΚΑΛΥΤΕΡΑ".

Καθορίστε την αγορά στην οποία απευθύνεστε

04

Ως προς τα προϊόντα: Οι επενδυτές επιθυμούν διακαώς να δουν νέες ιδέες ανάπτυξης προϊόντων.

Ως προς τη δημογραφικά χαρακτηριστικά των πελατών. Διασφαλίστε πως όλες οι προσφορές των προϊόντων σας, η εκπαίδευση του προσωπικού σας και η δομή της επιχείρησής ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των ομάδων αυτών, π.χ. οικογένειες με παιδιά.

Ως προς το location. Μην απογοητεύεστε εάν το μαγαζί σας δεν είναι σε γωνία ή σε πολυσύχναστο δρόμο. Να θυμάστε ότι ευκαιρίες υπάρχουν και δίνονται και σε εκτός "πάτασ" σημεία.

Κινητήρια δύναμη

05

Ποιο είναι το ένα και μοναδικό εκείνο θεμελιώδες στοιχείο, που οδηγεί την επιχείρησή σας στην επιτυχία; Η ομαδικότητα, η εργατικότητα, τα καλά προϊόντα; Με τη βοήθειά του θα μπορέσετε να δώσετε στο προσωπικό σας αωστές κατευθύνσεις προς έναν κοινό για όλους στόχο, εκείνον της κορυφής.

Κάντε τους εργαζόμενους συμμάχους σας



06

Η επιχειρηματική σας υπεροχή βασίζεται στις δεξιότητες των εργαζομένων, που καλλιεργούνται με το πέρασμα του χρόνου και φτάνουν σε ένα σημείο να υπερτερούν σε σχέση με ανταγωνιστικά μαγαζιά. Πόσο μάλλον, όταν μιλάμε για τους bartenders, τους baristas, τους chefs και το εξειδικευμένο προσωπικό. Κερδίστε την αφάνιση και την αύξηση της απόδοσής τους, με έναν καλό λόγο παραπάνω και διατηρώντας τις αμοιβές τους σε ένα αξιοπρεπές επίπεδο. Δεν θα χάσετε...